

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東海)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・観光客の動きが活発化している。延長された全国旅行支援が若年層の旅行に活用され、マイカー旅行が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に復活した。ただし、団体旅行はいまだに平成の頃と比べ3分の1程度の戻りで寂しい状況である。
	◎	コンビニ（商品企画担当）	単価の動き	・引き続き旅行客の利用割合が高く高単価商品の売上構成比が高いことや値上げ効果もあり、売上が伸長している。
	◎	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数の増減はあるが、ほとんど意識することがなくなり、旅行申込みは新型コロナウイルス感染症発生前に戻った。ここに来て団体旅行の実施、計画も増えており、夏休みやお盆にかかわらず旅行は増加の一途をたどっている。
	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・直近の案件は新型コロナウイルス感染症発生前に戻った程度だが、秋口の団体旅行が新型コロナウイルス感染症発生前以上の件数に迫っている。交通機関や宿泊施設等、全国的に既に大変混み合っているが、これから発生する案件に対応できるか懸念している。
	◎	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドや日本人の団体旅行が増えてきた。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・若い人たちの動きはもう新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っているが、まだ感染を気にする年配者たちの動きが鈍い。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・葬儀や開店祝いの花は10年以上値上げしていなかったが、最近20から30%値上げした。客は割と簡単に受け入れ、客単価を上げることができた。
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・平日昼間の来客数はそこそこあり、60から80代の年齢層の客が多い。カジュアルシューズの売行きが良い代わりに高額商品は余り売れていない。土日になるとクリアランスセールの下見に来る客が多い。プレミアム付商品券が開始のため、それを使って高額商品も少しずつ売行きが上がっている。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・海外特選ブランドの高額品需要は一巡していることもあり、伸び率は鈍化傾向にあるが、平日も来客数が多い。全国旅行支援なども引き続き利用者が多く、売上の底上げにつながっている。各種値上げ前の駆け込み需要も取り込んでおり、売上は新型コロナウイルス感染症発生前を超える状況となっている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・梅雨入り後も天候にかかわらず活発な人出があり、レジャーや飲食関連の消費が底堅く推移している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・週末を中心に来客数が前年を上回っている。
	○	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・インバウンド需要は期待どおり増加し始め、中国、台湾の客が多く来店した。高額品も稼働し高単価傾向にある。物価高の影響も懸念したほどではなかった。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したが、旅行に出掛けたり、会食したりする様子が全くない。しばらく来店がなかった客からは、新型コロナウイルス感染症で家から出られなかったという声を多く聞き、買物どころではなかった雰囲気を強く感じた。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・値上げの影響はかなり落ち着いてきた。小売の販売促進策もポイント付与やレジでの割引の効果が出ている。家電品ではサーキュレーターの商品ラインが売上を底上げしている。また、マスクの販売も回復している。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛がなくなり、来客数が増えた。
	○	スーパー（支店長）	お客様の様子	・少しずつ消費が増え始めている。
○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・ほとんどの店舗が前年の売上を上回っており、特に旅行客の利用が多い店舗は、増加幅が大きい。	
○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・少しずつイベントでの発注が増えている。	

○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・商品値上げの影響で、売上は前年比で少しずつ上昇傾向にある。ただし、値上げ分を除くとそれほど増えているわけではない。ここしばらくの傾向として、インバウンドの動きが多少良くなっている。
○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・一定商品の購入でお茶をプレゼントするキャンペーンがあり、売上が好調であった。
○	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・日本製の高額ブランド商品の動きが良くなってきた。
○	衣料品専門店（売場担当）	単価の動き	・外商について、購入客の数に大きな変化はないものの、1人当たりの購入単価が少しずつであるが上昇している。
○	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・家族葬も多いなかで、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後は、葬式にきちんとした礼服で参加する人が結構増えた。夏物の礼服が欲しい、古くなったので新しい物に替えたいという客がこれまでより増えた。
○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行でいろいろな制限がなくなり、買物や遊びに出掛ける人が増えている。物価高はあるが、消費意欲は強い。
○	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・滞っていた新車が納車されるようになってきた。まだ注文不可の車種もあるが、半年くらいで納車できる車も増えてきたため、受注しやすくなった。
○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・行動制限の緩和が段々と行き渡ってきて、客の行動も活発になってきた。しかし、生活に係る費用の増加が実感として捉えられるようになり、客の価格に対する選別の目がますます厳しくなっている。
○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・特別に景気の上向きは感じないが、仕入価格が上昇しているため料金も上げざるを得ず、その結果、客単価が高くなっている。
○	一般レストラン（従業員）	単価の動き	・メニューを値上げして3か月たつが、すんなり受け入れられている。
○	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	お客様の様子	・株価の上昇が雰囲気を良くしている。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前の3月は、春休みまではそれほど動きは良くなかったが、20日以降は全国旅行支援が月内で終了すること、春休みであること、新型コロナウイルスの感染状況が収束していることが重なってかなり良かった。その3月下旬以降と比べても、今の景気はやや良くなっている。
○	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宴会利用者が前年比で大きく増加した。宿泊利用は、全国旅行支援の終了で予約が伸び悩んでいる。
○	都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・観光ではなくビジネスで中国からの客が来るようになった。
○	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・宿泊、レストランでの飲食、宴会共に2018年や2019年並みに回復している。リモート会議の増加で国内出張は減っているが、インバウンド需要で十分カバーできている。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宴会は5月8日以降に3年ぶりの受注が始まり、6月は新型コロナウイルス感染症発生前の7割近くまで回復した。レストランは、夜が依然厳しい。宿泊は徐々に回復しているが、コストが大幅に上昇し収益は厳しい。
○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、海外旅行の予約は新型コロナウイルス感染症発生前と同様に入っている。値段も高めで、国際線の運航便はまだ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていないため行き先は限られるが、好調の兆しなのでどんどん運航便を増やしてほしい。
○	旅行代理店（経営者）	それ以外	・全国旅行支援の効果か、ターミナル駅前には観光客が多い。売店で土産物を買う人が行列となるばかりか、切符売場の混雑がひどい。まだ中国人観光客が本格的に戻っていない状況で今後が思いやられる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・最近の客の出足は顕著に良くなっている。特に週末の出足は非常に多く、良くなっている。

○	その他レジヤ 施設 [鉄道会 社] (職員)	来客数の動き	・通学定期客は堅調である。通勤定期客は新型コロナウイルス感染症発生前の8割止まりであり、十分な回復には至っていない。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・ボーナス支給後のため、少し購買意欲が上がっている様子である。
○	その他住宅 [不 動産賃貸及び売 買] (営業)	販売量の動き	・動きはさほど変わらないが、間違いなく上振れの兆しがある。
□	商店街 (代表 者)	それ以外	・近隣の商店街や商業施設では閉店が多くみられる。空きテナントも埋まる様子がない。人の流れは増えているが、街の活気は余りない。
□	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・引き続き商店街への来客数は多く推移しているが、客単価は相変わらず上がってこない。
□	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・客が物価上昇の話をしている様子から、景気はやや悪いまま変わらない。
□	一般小売店 [高 級精肉] (常勤 監査役)	販売量の動き	・物価は高値安定で止まっている。
□	一般小売店 [結 納品] (経営 者)	販売量の動き	・当業界はまだ新型コロナウイルス感染症の影響から抜け出していない。
□	一般小売店 [土 産] (経営者)	販売量の動き	・前年比での売上の伸びが少し鈍化してきた。コロナ禍からの急回復は一段落し始めた感がある。
□	一般小売店 [酒 類] (経営者)	販売量の動き	・週末の飲食店への来客数は回復傾向にある。しかし、アルコール飲料の販売量は戻っていない。当社スタッフは定時前に業務が終了している。
□	一般小売店 [生 活用品] (販売 担当)	販売量の動き	・商材の値上がりが続く、販売に影響している。
□	百貨店 (計画担 当)	お客様の様子	・現状、コロナ禍の影響はなくなってきており、相変わらず来客数も前年比で増加している。また、富裕層の需要も減少が心配されたが、維持している。
□	百貨店 (営業企 画担当)	来客数の動き	・回復が遅れているだけなら良いが、首都圏と比べると地方の回復量は少ない。
□	スーパー (店 長)	販売量の動き	・商品の値上げが続き1品当たりの単価はまだ上昇していることで、前年と比較すると1人当たり買上点数は0.3点ほど減少している。
□	スーパー (店 員)	単価の動き	・値上げが続いている。輸入酒の値上げがあったが、ボトルのガラスに起因すると業者より聞いている。
□	スーパー (店 員)	販売量の動き	・引き続き値上げにより売上金額は前年を超えているが、売上数量は前年を割る状態が続いている。
□	スーパー (販売 担当)	お客様の様子	・売上は前年比100%を超えた。商品の値上げもあり、金曜日は家飲みでの買い出しで客が多い。家飲みが定番化している。
□	スーパー (営業 企画)	お客様の様子	・来客数、客単価共に前年を下回っている。客単価の下落は、各種値上げにより1品単価は上がっているものの買上点数が減少していることによる。
□	コンビニ (エリ ア担当)	販売量の動き	・例年梅雨の時期は少し販売量が減るが、今期は比較的客の購買量が増加傾向にある。特に、おにぎり、サンドイッチ、弁当や総菜類などメイン商材が比較的好調である。
□	コンビニ (エリ ア担当)	来客数の動き	・物価高騰により客単価は上がっているが、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前に全く届かない状況に変わりはない。
□	コンビニ (店 長)	来客数の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前程度の回復傾向にあり、夏季に入れば更に人の動きは活発になると考える。ボーナスの支給により客単価などは一時的に高まるかもしれないが、物価高の関係で大きくは伸びない。
□	コンビニ (店 長)	販売量の動き	・気温の上昇とともに来客数は順調に伸びているが、売上は僅かな伸びにとどまっている。
□	コンビニ (店 長)	販売量の動き	・節約志向が強くみられる客も多ければ、ボーナス支給の関係が大量買いする客も多く、経済状況に隔たりを感じる。

□	コンビニ（本部管理担当）	それ以外	・6月の売上は前年比102.9%であった。今年は梅雨入りが早く、小売業界には若干の売上ダウンとなる影響があった。また、継続して電気代などの経費が高騰しており、利益は前年比100%を割る加盟店も存在する。したがって、景気が良くなったという感覚はない。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・6月は問合せも少なく、販売量も今一つであった。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体や部品供給の問題が一時的に緩和され、かなり納車が進んだ。しかし、現在でも人気車種は注文を受け付けておらず、バックオーダーの解消に努めている感覚である。
□	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・新型車が発売になり、発売3日で1年から1年半待ちになっている。車両本体が550万から900万円の車が飛ぶように売れ、会社は潤うが、他の車と同様にすぐにオーダーストップになり販売できなくなってしまう。毎回これの繰り返しになる。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客との会話でも景気の良い話は出ない。景気は少し低迷した状態が続いている。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	来客数の動き	・コロナ禍の収束は実感するものの、商業施設への来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前ほどには回復していない。この3年で消費スタイルが変わったのかどうか、引き続き注視していく必要がある。
□	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・天候不順で始まった今月は、厳しい客足で前半が進み、後半はボーナス、給与支給があるなかでも伸び悩んだ。特に夜の客足が厳しい。
□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ビールなど季節商材の販売量が増えていない。
□	その他飲食〔フイン輸入〕（経営企画担当）	販売量の動き	・来客数や客の購買意欲などは新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻った感がある。一方で、円安やエネルギーコスト上昇による値上げの影響が大きい。この春までは、賃金の上昇と合わせて一定の理解があり、どこか先行きに安心感があったものの、終わりがみえないなかで秋冬の商談が始まり、このまま値上げをすれば取扱いの中止や変更も必要だという厳しい声を聞くようになった。
□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・3～4月は新型コロナウイルス感染症が収束して景気が良くなる雰囲気はあったが、5～6月には、回復が少し鈍った。
□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・秋の旅行への問合せは増えているが、まだ受注には至っていない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・天候が悪い日が多く気温が高くなっているため、昼間の利用客が増えているが、夜の歓楽街では利用客が減っている。特に深夜の利用客が少ない状態が続いている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・横ばいである。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・機器の購入意欲や予算化の状況を客に確認すると、前年と同様厳しい状況である。
□	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・紫外線予防のためUVカットの商品がよく出る。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・客は、イベントなどは結構あるが物価の上昇が非常に厳しいと言っている。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはり物価上昇の影響が大きい。水道光熱費は高騰し、スーパーでも物価が上がっている。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・主力レンタル商品の在庫が増加傾向にある。出荷が思ったほど伸びていないなかで、解約案件が平時より少ないことに助けられている。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・最悪の状態から変わらず、悪い状態が継続している。いつまで体力が続くか心配である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売状況は横ばいが続いている。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・5月から来場者数の減少が続いている。
▲	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・お中元の早期受付をしている。物価上昇に合わせて価格設定が高くなっているが、飲料水やビールの購買意欲は戻っている。

	▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	単価の動き	・ 為替の影響で法人客の購入予算が減っている。
	▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ 屋内より屋外へ向かっている客の関心を、百貨店へ引き寄せる施策が必要である。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 来客数は前年比95%以下で推移している。
	▲	スーパー（総務）	単価の動き	・ 相変わらず特売、割引に対して敏感になっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ サマーセールスのダイレクトメールで来店する客のほとんどが前年と同じで、販売量が明らかに少なくなった。しかし、来店して何も買わずに帰るなじみ客はおらず、有り難い。
	▲	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・ 前年は梅雨の合間での猛暑に対し、今年は比較的穏やかな気温で、来客数はもちろん特に客単価に影響している。前年から続く値上げ前のまとめ買いにより、売上は3から5%減少した。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・ 来客数が前年と比べ大幅に少ない。単価も上がっていない。
	▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・ 来客数が少ない。巣籠り需要の反動と生活防衛意識のせい小物を買う客も減っている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ 車両生産の制限と遅延がなかなか回復してこない。当初の予定からも遅れが発生し、さらにメーカー出荷停止車両も出てきたため、今月の売上が立たない。客への説明も不確定な点が多くなり、商談もスムーズに進まない。
	▲	一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・ 多くの品物がまた値上がりし、客の財布のひもは固くなっている。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・ 解約件数はほぼ例年と同水準で推移しているものの、新規契約件数は減少傾向にある。
	▲	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・ 5月の入園者数は前年と比べ74%である。4月も前年比94%で悪化幅が大きくなっているため、景気は悪くなっている。
	▲	観光名所（案内係）	お客様の様子	・ 前月同様、来訪者は一見客が多い。なじみ客もあるが滞在時間は短く早々に帰宅する。
	▲	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・ 来客数の動きから、やや悪くなっていると判断する。
	▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・ 客の来店間隔が段々と長くなっている。
	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・ 客からは特に景気が良くなるような話は聞かない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・ 分譲する土地が少なくなっているため地価が上がりつつある。建築資材の価格も上がっているため利益が出ない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・ 建売物件の売れ残りが目立ってきた。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・ 夏祭りも花火大会も制限なしでの開催が決定され、花火大会の手伝いをしているが、寄附が集まらず困っている。地元企業の経営者は経営が苦しいと口をそろえて言っている。企業で楽なところは1社もなく、地場産業がどんどん衰退していく。地元では明るい話は聞かない。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ 今月は来客数も少ない。また、新型車の発売日がメーカー側の事情で大幅な延期となり、発売日のめどすら立たない。
	×	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・ 販売量は減少しており、客の様子も前向きではない。
企業 動向 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・ コロナ禍が収束後、良くなった客と悪くなった客の差が大きい。パソコン用ハードディスクやスマートフォン関連は急に動きが鈍くなり、かなりの在庫をかかえて非常に稼働率が下がっている。逆に車関係、特にハイブリッド用電池関係は部品供給の回復とともに2倍以上の生産量になっている。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・ 街中で人の歩く姿をよく見るようになった。観光バスの往来もよく見掛ける。

○	通信業（法人営業担当）	それ以外	・最近の株価高は年金運用にとってはかなりプラスであり、円安による輸出の増加も見込まれ好景気である。周辺では住宅や事業所の着工が目立つ。
○	金融業（従業員）	それ以外	・身の回りの様子から、3か月前と比べ景気が良くなっている。特に、居酒屋や街中は人であふれており、活気が戻っている。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・これまで新型コロナウイルス感染症の影響を受けていた製造業では、物が入るようになって前年と比べるとかなり生産性も上がっている。車の納車も早くなってきた。
○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物件の引き合いが活発である。
○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年よりも雨天の日が多いが、新型コロナウイルス感染症に対する不安も更に減少していることから、前月同様に外出や遠出をする人が増加傾向にある。外出の増加に伴い、今月の売上は前年を上回る状況となっている。
○	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業側からの広告受注量はそれほど増減がなく、新規の引き合いにも特に目立った様子はみられない。
○	公認会計士	受注価格や販売価格の動き	・新規営業先に行った際に、見積額の値引きなどを要求される機会が減っている。受注単価自体も、微増ではあるものの上昇傾向にある。顧客も、販売価格を少し上げているがそれにより受注量が減るということではなく、少しずつ回復傾向にある。
○	その他非製造業 [ソフト開発] (経営者)	受注量や販売量の動き	・全体的に大きな変化はない。円安により海外から拠点を移管する話があるが、秋以降にずれ込むようである。相変わらず大きな設備投資は控え気味である。
□	食料品製造業 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・価格改定後の受注量が減少傾向にあり、上昇の兆しははっきりしない状態が続く。新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を受けて人流は確実に活発になっており、今後に期待したい。
□	化学工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け電子材料薬品の出荷は引き続き低調で、年内は低調を継続する見込みである。
□	化学工業（総務秘書）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の収束による解放感で外出や購買、インバウンド等が戻っていることが1番の理由であるが、物価高に対して賃上げも実施されており、金の循環が急激に進んでいる。税収が伸びていることも景気には良い影響を与える。
□	金属製品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・仕事量は引き続き多く堅調だが、コスト転嫁が進まず収益的に懸念がある。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気が悪いわけではないが、良いともいえない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界はお盆前の時期で設備投資が復活し、注文は入っているが、原価高騰を販売価格に転嫁できないことが問題で、苦しんでいる。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束とともに消費は上向いてきたが、原料高による物価高で頭を抑えられている。円安によってインバウンドは好調のようだが、日本人の海外旅行に対してはマイナスであり、国内旅行も海外からの旅行者が増加の影響で利用しにくくなっている。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・5月は連休もあり若干生産量、販売量共に減少したが、6月に入り回復し通常に戻った。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は同じような生産量のまま推移している。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・生産量は増えているが、円安や物価高が続くなかで良くなっているとは思えない。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・来場者数としては、良い物件も悪くて伸びない物件もある。契約者数も3か月前と変わらない。
□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・物価高に伴い給料を上げる予定の取引先などがある。収入は増えるが、仕事そのものは上向きでも下向きでもない。コロナ禍が収束しても、まだ継続の委託業務しか出てきていないため何ともいえない。

	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は回復し、新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻っている。問題は、売上額は以前の水準でも支出はそうではないことである。どこも同じだと思うが、諸経費の増大により利益は減っている。値上げに応じてくれる荷主はまだ少ない。
	□	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・景気が上向く気配が全くなく1年以上停滞している。毎月の取扱物量はこの1年ほど前年を下回っている一方、荷物単価は前年を上回っている。これは物価や人件費の高騰を反映しただけであって、経済が動いて荷物量が増加しているわけではない。経済そのものは停滞していて、上向く兆候は何もない。
	□	不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・当地域の住宅不動産市況には変化がない。
	□	行政書士	受注量や販売量の動き	・車は稼働しているが貨物量が少なくなった。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・物価上昇に対応して従業員に特別ボーナスを支給したり定期昇給の額を前年より増やす余力はまだあるが、売上や利益自体は、前年と同様又は減少している。新たな借入れを行うほどではないが、設備投資は余り行われていない。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・全般的に荷動きが悪く、特に自動車関連が悪い。受注量、販売量共に減少しており、景気はやや悪い。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少し、引き合いも減少している。
	▲	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米での自動車向け設備投資は、客がなかなか銀行からの融資を受けることができない、人件費高騰で生産人員が集まらないなどという理由で、数件のプロジェクトが凍結された。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅関連設備の荷動きが特に低調である。コロナ禍が下火になったときには回復傾向にあったが、ここに来て出荷が前年を10%ほど下回る客が増えてきた。工作機械部品メーカーの出荷も徐々に落ちてきており、特に輸出が減少傾向にある。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・出荷物量が前月よりも落ちている。特に自動車製造業などが回復していない模様である。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・法人企業は、当初予定していた通信料削減のための初期投資でも予算執行が遅れている。早期に実施すれば月ごとのランニングコストの削減効果を得られることが分かりながら、予算執行できないところに、企業経営者の景気に対する不安や葛藤がうかがえる。
	▲	金融業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・競争が激化しており、従来どおりの価格での受注が厳しくなっている。給与アップによる人件費増加や仕入価格のアップによるコスト増加もあり、景気はやや下向きである。
	×	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の仕事量が増えない。今年度の新しい仕事がほぼない。通常であれば年度替わりで新たな見積りや試作が始まるが、今年はその量が例年から7～8割ダウンのイメージである。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・液晶、電子部品の生産が激減している。関連設備の調達状況が非常に悪い。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が激減している。
雇用 関連 (東海)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・夏季のシーズンに向けて求人依頼が増えている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・メーカーに限らずアウトソーシング系の企業でも第二新卒やエンジニア未経験の人材の採用を積極的に実施しており、採用熱は3か月前よりも高まっている。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子	・国内自動車販売数の増加、半導体不足の解消に伴う生産台数の増加で人材供給は増えている。ただし、雇用条件が低いのか中小企業の求人には応募が見込めない状況である。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ危機からの経済停滞も通常の状態になり、インバウンドや価格値上げにより一部企業の業績は上向いている。企業の求人数は増加しており、採用難が加速している。

○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・地元行事やイベントが完全復活し、人の動きも活発になっている。
○	職業安定所（所長）	求人数の動き	・人手不足感は強くなっており、将来を見据えた人材確保の動きも活発になっている。建設業、卸売業、小売業といった一部の業種においては、前年比で新規求人数の減少が見受けられるが、全体としては新規求人数の増加傾向が続いている。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数の増加が続いており、飲食、宿泊業では4年前を超えている一方、製造業、運輸業等では減少傾向になりつつある。
○	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・5月は観光業での求人の増加があった。
□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・新卒エンジニアの開発現場配属は順調に進捗している。単価も高まり、需要は堅調である。
□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・ロシア問題の影響から原油を始めとした各種価格上昇の波は収まる気配がなく、中小企業を中心に苦しい状況は改善していない。
□	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・求人数は変化なく多い状況であるが、より条件の良い企業へ人材が流動しているため、採用条件や待遇が厳しい企業は採用難が続いている。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・仕入価格の高騰、原材料費、燃料費や運送費等様々な物が値上がりしているが、価格に転嫁できず厳しい。資材が不足し受注があっても仕事ができない状態が続き、経常利益が下がっている。建設業、製造業、流通業、サービス業において人手不足を招いている。製造業においては、外国企業の中国からの撤退により受注が減少している。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べてほぼ変わっていない。業種では、生活関連サービス業、娯楽業の増加がみられ、続いて、飲食、サービス業の増加が目立った。逆に製造業が伸び悩んでいる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の回復傾向は業種によりばらつきがあり、全体では鈍化している。特に製造業が自動車関連を中心に伸び悩んでいる。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・企業側の採用目線にて本質的な課題解決につながる人材の見極めにより、採用決定数の増加率に若干鈍化がみられる。
▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・例年ボーナス後に活動を開始する求職者が増加するが、今年はその動きが鈍い。特に、経理・総務など事務管理系のマネジメント層にその傾向が強くみられる。
▲	求人情報誌（営業担当）	求職者数の動き	・比較対象の3か月前が盛況であった。また、今月はボーナス支給月ということもあり求職者の動きに活性化を見込んでいたが、中旬は少し鈍化した。
×	—	—	—